

## Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Antara Biaya Pendidikan dan Kualitas Layanan Terhadap Wom

Komang Mahadika<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Bisnis, Universitas Triatma Mulya  
Jl. Kubu Gn., Dalung, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali 80361

e-mail: [dikaajust335@gmail.com](mailto:dikaajust335@gmail.com)<sup>1</sup>

Received : September, 2024

Accepted : September, 2024

Published : September, 2024

### Abstract

*This study aims to analyze the role of satisfaction in mediating the effect between education costs and service quality on WOM (word of mouth). The sampling technique in this study is non-probability sampling using the purposive sampling method or often also called judge mental sampling, with 95 students active respondents from the Faculty of Business and Tourism for the 2022 UNTRIM period. Data processing of the results of this study using the Partial Least Square (PLS) Software method. The findings of this study show that the cost of education (X1) proved to have no effect on word of mouth (Y), Quality of service (X2) and student satisfaction (Z) had a positive and significant effect on word of mouth (Y), Tuition fees (X1) and Quality of service (X2) proved to have a positive and significant effect on student satisfaction (Z), student satisfaction (Z) had no effect in mediating the effect of tuition fees (X1) and services (X2) on word of mouth (Y). The implications of this research are expected to be used as a reference in future research, and can provide positive input for the progress of UNTRIM in the future.*

**Keywords:** Satisfaction, Tuition Fees, Quality of Service, word of mouth (WOM)

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kepuasan dalam memediasi pengaruh antara biaya pendidikan dan kualitas layanan terhadap WOM (word of mouth). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan menggunakan metode purposive sampling atau sering juga disebut judge mental sampling, dengan 95 responden mahasiswa aktif dari Fakultas Bisnis dan Pariwisata periode UNTRIM 2022. Pengolahan data hasil penelitian ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS) Software. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa biaya pendidikan (X1) terbukti tidak berpengaruh terhadap word of mouth (Y), kualitas layanan (X2) dan kepuasan mahasiswa (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth (Y), biaya pendidikan (X1) dan kualitas layanan (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (Z), kepuasan mahasiswa (Z) tidak berpengaruh dalam memediasi pengaruh biaya pendidikan (X1) dan layanan (X2) terhadap word of mouth (Y). Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya, dan dapat memberikan masukan positif bagi kemajuan UNTRIM di masa depan.*

**Kata kunci:** Kepuasan, Biaya Pendidikan, Kualitas Layanan, word of mouth (WOM)

## 1. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu penentu kemajuan suatu bangsa, oleh karena itu lembaga pendidikan memiliki tanggungjawab akan hal tersebut. Lembaga pendidikan termasuk sekolah tinggi sebagai salah satu penyelenggara pendidikan memiliki peran mecerdaskan kehidupan bangsa. Sangat pentingnya peranan pendidikan, maka dapat dikatakan fondasi suatu negara adalah pendidikan. Tingkat kemajuan dari pendidikan, menunjukkan pula tingkat kemajuan ekonomi suatu bangsa. Semakin tinggi tingkat kemakmuran dari suatu bangsa maka hal ini didasari oleh tingginya kemajuan pendidikan bangsa itu sendiri. (Shaylide, 2014)

Kesuksesan suatu sekolah tinggi akan diukur dari tingkat kepuasan dan loyalitas dari mahasiswanya. Kepuasan pelanggan menjadi hal yang perlu diperhatikan pada setiap bisnis termasuk bisnis pendidikan. Sebuah institusi sangat perlu memperhatikan kualitas pelayanannya untuk dapat membuat setiap mahasiswanya menjadi puas, setelah kepuasan mahasiswa mampu dipenuhi maka mahasiswa akan dengan sukarela mempromosikan tentang institusi ke masyarakat umum melalui *positif word of mouth* (WOM). Kepuasan mahasiswa mampu dicapai selain dengan cara menjaga

dan meningkatkan kualitas layanan, kepuasan mahasiswa juga dapat dipengaruhi oleh kesesuaian biaya pendidikan yang dikeluarkan oleh mahasiswa. Menurut Ratnasari (2017), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Kepuasan dari mahasiswa akan menjadi dasar terciptanya loyalitas dari mahasiswa itu sendiri.

Era globalisasi membuat banyak negara di dunia termasuk negara Indonesia dan khususnya provinsi Bali sudah mulai bergerak dengan segala potensi yang dimilikinya. Pulau Bali memiliki luas wilayah 5.654 km<sup>2</sup> atau sekitar 0,26% dari total luas daratan di Indonesia dengan jumlah penduduk yang cukup padat. Berdasarkan data direktorat jenderal kependudukan dan pencatatan sipil (dukcapil) kementerian dalam negeri, jumlah penduduk Bali sebanyak 4,27 juta jiwa pada Juni 2021. Persaingan bisnis di era global juga semakin tidak mudah, termasuk bisnis bidang pendidikan. Dapat dilihat pada tabel 1 tentang data perguruan tinggi di provinsi Bali:

**Tabel 1**  
**Data Perguruan Tinggi di Provinsi Bali**

No	Kode Perguruan Tinggi	Nama Perguruan Tinggi
1	81001	Universitas Mahendradatta
2	81002	Universitas Ngurah Rai
3	81003	Universitas Mahasaraswati Denpasar
4	81004	Universitas Pendidikan Nasional
5	81005	Universitas Dwijendra
6	81006	Universitas Tabanan
7	81007	Universitas Warmadewa
8	81008	Universitas Panji Sakti Singaraja
9	81009	Universitas Hindu Indonesia
10	81026	Universitas Teknologi Indonesia
11	81029	Universitas Dhyana Pura
12	81039	Universitas Bali Dwipa
13	81043	Universitas Triatma Mulya
14	81046	Universitas Bali Internasional
15	81047	Universitas PGRI Mahadewa Indonesia
16	82001	IKIP Saraswati
17	82009	Institut Teknologi dan Kesehatan Bali

18	82010	Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali
19	82011	Institut Sains dan Teknologi Nahdlatul Ulama Bali
20	82013	Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional
21	82015	Institut Desain dan Bisnis Bali
22	82016	Institut Teknologi dan Pendidikan Markandeya Bali
23	83001	Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Denpasar
24	83002	Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia Handayani
25	83003	Sekolah Tinggi Ilmu Sosial Politik Wira Bhakti
26	83004	STKIP Agama Hindu Singaraja
27	83005	STISIP Margarana
28	83006	STKIP Agama Hindu Amlapura
29	83007	Sekolah Tinggi Manajemen Taman Pendidikan 45
30	83008	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma
31	83010	STIE Bali Internasional Institute of Tourism Management
32	83036	STMIK Bandung Bali
33	83050	STIKES Bina Usaha Bali
34	83054	STIKES Wira Medika Bali
35	83056	Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer STIKOM Indonesia
36	83065	STIKES Advaita Medika Tabanan
37	83080	STMIK Primakara
38	83086	STIKES Panca Atma Jaya
39	83089	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Buleleng
40	83095	Sekolah Tinggi Farmasi Mahaganesha
41	83104	STIKES Rana Wijaya
42	83108	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Bali Wisnu Dharma Denpasar
43	83110	STIKES Kesdam IX/Udayana
44	84001	Akademi Akuntansi Denpasar
45	84002	Akademi Pariwisata Denpasar
46	84003	Akademi Keuangan Dan Perbankan Denpasar
47	84033	Akademi Keperawatan Mandiri
48	84034	AKTEK Radiodiagnostik Dan Radioterapi Bali
49	84045	Akademi Kesehatan Bintang Persada
50	85001	Politeknik Nasional
51	85003	Politeknik Ganesha Guru
52	85006	Politeknik Internasional Bali
53	85008	Politeknik Kesehatan Kartini Bali
54	86001	Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia
55	82017	Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Bali

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa sebaran lokasi perguruan tinggi di pulau Bali sebagian besar berlokasi di daerah kota Denpasar dan Badung. Hal ini membuat persaingan antar perguruan tinggi makin ketat. Setiap perguruan tinggi memacu diri memperbaiki pelayanan untuk meningkatkan kepuasan mahasiswanya. Kepuasan mahasiswa adalah penilaian positif yang mana pemilihan alternatif yang dipilih paling tidak sama atau bahkan melampaui ekspektasi mahasiswa itu sendiri, dan berlaku sebaliknya untuk ketidakpuasan. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Triatma Mulya (UNTRIM) Badung khususnya di

fakultas Bisnis & Pariwisata yang berlokasi di jalan Kubu Gunung Tegal Jaya Dalung. UNTRIM Badung merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang diresmikan berdasarkan SK Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia No: 443/KPT/I/2019 tentang "Ijin penggabungan STIE Triatma Mulya, STIT Jembrana, STIKES Jembrana dan STKIP Jembrana menjadi Universitas Triatma Mulya Bali. Universitas Triatma Mulya kini memiliki sepuluh program studi yakni: Manajemen, Akuntansi, Magister Manajemen, Keperawatan, Kebidanan, Teknik Rekayasa Elektro, Informatika, PGSD, Pendidikan Bahasa

Inggris, Pendidikan Olah Raga Kesehatan dan Rekreasi. Selanjutnya sesuai dengan SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan nomor 859/M/2020 tentang izin penyatuan Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya di Kabupaten Badung dan Sekolah Tinggi Bisnis Putra Harapan di Kabupaten Jembrana tergabung dalam Universitas Triatma Mulya di Kabupaten Badung yang berada dalam naungan Yayasan Triatma Surya Jaya. Dengan penambahan penggabungan dua institusi ini maka total Program Studi yang ada di Universitas Triatma Mulya berjumlah 15 (lima belas).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik melaksanakan penelitian tentang keterkaitan biaya, kualitas layanan dan kepuasan mahasiswanya terhadap *positive word of mouth* (WOM) di Universitas Triatma Mulya Badung. Penulis mengambil judul penelitian “Peran Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh antara Biaya Pendidikan dan Kualitas Layanan Terhadap WOM”.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh biaya pendidikan terhadap WOM
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan berpengaruh terhadap WOM
3. Menganalisis pengaruh biaya pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan
4. Menganalisis pengaruh kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan
5. Menganalisis pengaruh kepuasan signifikan terhadap WOM
6. Menganalisis peran kepuasan dalam memediasi pengaruh biaya terhadap WOM
7. Menganalisis peran kepuasan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap WOM

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kausalitas untuk menguji pengaruh antar variabel pada model penelitian. Penelitian ini menggunakan paradigma kuantitatif dengan menggunakan alat statistik untuk menguji hipotesis penelitian.

Analisis deskriptif kuantitatif merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul

sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Teknik analisis data deskriptif kuantitatif secara khusus menganalisis data berupa angka-angka dengan logika matematika dan melalui pendekatan statistik. (Sugiyono, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan empat variabel yaitu Biaya Pendidikan, Kualitas Pelayanan sebagai variabel *eksogen*, variabel *Word of Mouth* sebagai variabel *endogen* dan Kepuasan Mahasiswa sebagai variabel mediasinya.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Universitas Triatma Mulya atau disingkat UNTRIM kini lahir sebagai institusi baru dalam bentuk universitas. UNTRIM berlokasi di dua kabupaten yaitu di Badung dan Jembrana. Dibawah naungan Yayasan Triatma Surya Jaya, UNTRIM memiliki beberapa program studi, yakni: Manajemen, Akuntansi, Magister Manajemen, Keperawatan, Kebidanan, Teknik Rekayasa Elektro, Informatika, PGSD, Pendidikan Bahasa Inggris, Pendidikan Olah Raga Kesehatan dan Rekreasi. Setelah mendapat izin penyatuan Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya di Kabupaten Badung dan Sekolah Tinggi Bisnis Putra Harapan di Kabupaten Jembrana ke Universitas Triatma Mulya di Kabupaten Badung yang diselenggarakan oleh Yayasan Triatma Surya Jaya, jumlah Prodi di UNTRIM menjadi lima belas.

1. Operasional ke lima belas Prodi tersebut ada yang dilaksanakan di Kampus Utama di Dalung, Kampus Jembrana (PSDKU) di Kabupaten Jembrana dan Kampus Kerjasama Akubank di Renon Denpasar. Universitas Triatma Mulya didirikan guna memenuhi kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) profesional, ahli dan berpengetahuan khususnya pada industri pariwisata. Sebagai sumber devisa kedua setelah industri pertambangan, pariwisata menjadi prioritas dan perhatian negara Indonesia. Universitas Triatma Mulya memberikan *content local hospitality*, membuka konsentrasi bisnis *hospitality* dan bekerjasama dengan industri *hospitality* guna mencetak SDM profesional dan terserap di dunia industri.

2. Dalam upaya meningkatkan eksistensi diri pada dunia internasional, sejak tahun 2009
3. Universitas Triatma Mulya telah bekerjasama dengan NHL Stenden University the Netherlands, membuka program Double Degree Manajemen Bisnis dan Hospitality.

### 3.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

**Tabel 2**  
**Uji Validitas**

No	Variabel	Loading Factor	Keterangan
1	Biaya Pendidikan (X1)		
	Biaya kuliah (X <sub>1.1</sub> )	0.825	Valid
	Biaya perlengkapan (X <sub>1.2</sub> )	0.822	Valid
	Biaya travel (X <sub>1.3</sub> )	0.862	Valid
	Prosedur pembayaran (X <sub>1.4</sub> )	0.712	Valid
	Benefit (X <sub>1.5</sub> )	0.821	Valid
	2	Kualitas Layanan (X2)	
Berwujud ( <i>Tangibles</i> ) (X <sub>2.1</sub> )		0.784	Valid
Berwujud ( <i>Tangibles</i> ) (X <sub>2.2</sub> )		0.711	Valid
Berwujud ( <i>Tangibles</i> ) (X <sub>2.3</sub> )		0.729	Valid
Keandalan ( <i>Reliability</i> ) (X <sub>2.5</sub> )		0.856	Valid
Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) (X <sub>2.6</sub> )		0.798	Valid
Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) (X <sub>2.7</sub> )		0.856	Valid
Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) (X <sub>2.8</sub> )		0.786	Valid
Kepastian ( <i>Assurance</i> ) (X <sub>2.9</sub> )		0.849	Valid
Kepastian ( <i>Assurance</i> ) (X <sub>2.10</sub> )		0.856	Valid
Empati ( <i>Empathy</i> ) (X <sub>2.11</sub> )	0.875	Valid	

No	Variabel	Loading Factor	Keterangan
	Empati ( <i>Empathy</i> ) (X <sub>2.12</sub> )	0.847	Valid
3	Kepuasan Mahasiswa (Z)		
	Harapan ( <i>expectations</i> ) (Z <sub>1</sub> )	0.842	Valid
	Kinerja ( <i>performance</i> ) (Z <sub>2</sub> )	0.872	Valid
	Perbandingan ( <i>comparison</i> ) (Z <sub>3</sub> )	0.853	Valid
	Confirmation (Z <sub>4</sub> )	0.897	Valid
4	Word of Mouth (WOM) (Y)		
	Membicarakan (Y <sub>1</sub> )	0.846	Valid
	Membicarakan (Y <sub>2</sub> )	0.828	Valid
	Membicarakan (Y <sub>3</sub> )	0.792	Valid
	Mempromosikan (Y <sub>4</sub> )	0.890	Valid
	Mempromosikan (Y <sub>5</sub> )	0.878	Valid
	Menjual (Y <sub>6</sub> )	0.829	Valid
	Menjual (Y <sub>7</sub> )	0.772	Valid

Pada Tabel 2 menunjukkan nilai *Loading Factor* setiap indikator variabel lebih besar dari 0,70. Hasil ini berarti bahwa setiap pernyataan pada indikator variabel penelitian adalah valid.

**Tabel 3**  
**Uji Reliabilitas**

No	Variabel Laten	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Ket.
1	Biaya Pendidikan (X1)	0.868	Reliable
2	Kualitas Layanan (X2)	0.889	Reliable
3	Kepuasan Mahasiswa (Z)	0.949	Reliable
4	Word of Mouth (WOM) (Y)	0.927	Reliable

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* dari seluruh indikator setiap variabel yaitu Biaya Pendidikan, Kualitas Layanan, Kepuasan Mahasiswa, dan *Word of Mouth*

telah lebih besar dari 0,6 maka seluruh instrument penelitian dapat dinyatakan telah memenuhi syarat reliabilitas.

### 3.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah proses evaluasi hipotesis nol, dimana hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak. Lawan dari hipotesis nol adalah hipotesis alternatif yang menyatakan adanya perbedaan antara parameter dan statistik. Pengujian hipotesis ini dapat dilakukan dengan melihat besarnya nilai dari *t-statistic* yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar 95% (= 0,05 atau 5%). Sedangkan untuk nilai *t-table* dengan tingkat signifikansi sebesar 95% adalah 1,96. Kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis adalah  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak jika  $t\text{-statistic} > 1,96$  dan sebaliknya.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Pengaruh Langsung**

	<i>Original sample(o)</i>	<i>T statistic (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	Ket.
Biaya Pendidikan	0.133	0.919	0.358	Tidak Signifikan
→ WOM.				
Kualitas Layanan	0.367	2.221	0.026	Signifikan
→ WOM.				
Biaya Pendidikan	0.446	5.256	0.000	Signifikan
→ Kepuasan Mahasiswa				
Kualitas Layanan	0.487	5.712	0.000	Signifikan
→ Kepuasan Mahasiswa				
Kepuasan Mahasiswa	0.354	1.984	0.047	Signifikan
→ WOM.				

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai *p-value* dan *t* statistik untuk masing-masing variabel yang dijelaskan sebagai berikut.

1. Hipotesis ke satu (H1) menyatakan bahwa Biaya pendidikan (X1) terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth* (Y). Hal ini ditunjukkan

oleh nilai *original sample* (o) sebesar **0,133** dengan *P Values* **0,358 > 0,05**. Hal ini menunjukkan hipotesis pertama yaitu biaya pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM ditolak. Dari hasil yang diperoleh dapat dinyatakan bahwa semakin terjangkau dan bermanfaat biaya Pendidikan di UNTRIM belum mampu meningkatkan *word of mouth* dari mahasiswa UNTRIM.

2. Hipotesis ke dua (H2) menyatakan bahwa Kualitas layanan (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* (o) sebesar **0,367** dengan *P Values* **0,026 ≤ 0,05**. Hal ini menunjukkan hipotesis kedua yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM dapat diterima. Dari hasil yang diperoleh dapat dinyatakan bahwa semakin meningkat kualitas layanan di UNTRIM mampu meningkatkan *word of mouth* dari mahasiswa UNTRIM.
3. Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa Biaya pendidikan (X1) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (Z). Hal ini ditunjukkan oleh *original sample* (o) sebesar **0,446** dengan *P Values* **0,000 ≤ 0,05**. Hal ini menunjukkan hipotesis ketiga yaitu biaya pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dapat diterima. Dari hasil yang diperoleh dapat dinyatakan bahwa semakin terjangkau dan bermanfaat biaya Pendidikan di UNTRIM akan meningkatkan kepuasan mahasiswa UNTRIM.
4. Hipotesis ke empat (H4) menyatakan bahwa Kualitas layanan (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (Z). Hal ini ditunjukkan oleh *original sample* (o) sebesar **0,487** dengan *P Values* **0,000 ≤ 0,05**. Hal ini menunjukkan hipotesis keempat yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dapat diterima. Dari hasil yang diperoleh dapat dinyatakan bahwa semakin meningkat kualitas

layanan di UNTRIM akan meningkatkan kepuasan mahasiswa UNTRIM.

- Hipotesis ke lima (H5) menyatakan bahwa Kepuasan mahasiswa (Z) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* (o) sebesar **0,354** dengan *P Values* **0,047 ≤ 0,05**. Hal ini menunjukkan hipotesis kelima yaitu kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM dapat diterima, hal ini juga diperkuat dengan nilai T-statistic (O/STDEV) sebesar **1,984 ≥ 0,96**. Dari hasil yang diperoleh dapat dinyatakan bahwa semakin meningkat kepuasan mahasiswa di UNTRIM mampu meningkatkan *word of mouth* dari mahasiswa UNTRIM.

kepuasan mahasiswa belum mampu memediasi pengaruh biaya pendidikan terhadap peningkatan niat *word of mouth* dari mahasiswa UNTRIM.

- Hipotesis ke tujuh (H7) menyatakan bahwa Kepuasan mahasiswa (Z) tidak berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan (X2) terhadap *word of mouth* (Y) menunjukkan nilai *original sample* (o) sebesar **0,099** dengan *P Values* **0,555 ≥ 0,05**. Hal ini menunjukkan hipotesis ketujuh yaitu kepuasan mahasiswa berpengaruh dalam memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap *word of mouth* ditolak. Dari hasil yang diperoleh dapat dinyatakan bahwa kepuasan mahasiswa belum mampu memediasi pengaruh kualitas layanan dalam meningkatkan *word of mouth* dari mahasiswa UNTRIM.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung**

	Original sample (o)	T statistic (O/STDEV)	P Values	Ket.
Kepuasan Mahasiswa x Biaya Pendidikan → WOM.	-0.170	1.004	0.316	Tidak Signifikan
Kepuasan Mahasiswa x Kualitas Layanan → WOM.	0.099	0.590	0.555	Tidak Signifikan

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai *p-value* dan t statistik untuk masing-masing variabel yang dijelaskan sebagai berikut :

- Hipotesis ke enam (H6) menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa (Z) tidak berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh biaya pendidikan (X1) terhadap *word of mouth* (Y). Hal ini menunjukkan hipotesis keenam yaitu kepuasan mahasiswa berpengaruh dalam memediasi pengaruh biaya terhadap *word of mouth* ditolak. Dari hasil yang diperoleh dapat dinyatakan bahwa

### 3.4 Pembahasan

- Analisis Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap *Word of Mouth*

Biaya Pendidikan tidak berpengaruh terhadap *word of mouth*, sehingga hipotesis tidak dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara partial usaha yang dilakukan untuk membangun serta menjaga biaya pendidikan yang bersaing dengan universitas kompetitor tidak berpengaruh terhadap kemauan mahasiswa UNTRIM untuk melakukan *word of mouth*. Kondisi ini menunjukkan besarnya biaya pendidikan bukan menjadi acuan utama dalam menumbuhkan keberanian dan niat mempromosikan suatu produk. Masyarakat sudah mulai sadar bahwa untuk mendapatkan kualitas yang lebih sudah sewajarnya membutuhkan biaya yang lebih tinggi. Hasil penelitian yang tidak sejalan meneliti topik yang sama dilakukan oleh Wijaya dkk (2016).

- Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap *Word of Mouth*

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*, sehingga hipotesis dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat kualitas layanan

- maka semakin meningkat pula keinginan melakukan *word of mouth* dari mahasiswa UNTRIM. Sedangkan apabila kualitas pelayanan semakin menurun maka keinginan melakukan *word of mouth* dari mahasiswa UNTRIM akan menurun. Hasil penelitian ini dilakukan oleh Saktiani, Garnis Anggi (2015).
3. Analisis Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Kepuasan Mahasiswa
 

Biaya pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, sehingga hipotesis dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat kesesuaian biaya pendidikan maka semakin meningkat pula kepuasan dari mahasiswa UNTRIM. Sedangkan apabila kesesuaian biaya pendidikan semakin menurun maka kepuasan dari mahasiswa UNTRIM akan menurun. Hasil penelitian ini dilakukan oleh Shaylide, I. S. (2014).
  4. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa
 

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, sehingga hipotesis dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat kualitas layanan maka semakin meningkat pula kepuasan dari mahasiswa UNTRIM. Sedangkan apabila kualitas layanan semakin menurun maka kepuasan dari mahasiswa UNTRIM akan menurun. Hasil penelitian ini dilakukan oleh Sumarto, Laksono (2014).
  5. Analisis Pengaruh Kepuasan Mahasiswa terhadap *Word of Mouth*

Kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*, sehingga hipotesis dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat kepuasan mahasiswa maka semakin meningkat niat *word of mouth* dari mahasiswa UNTRIM. Sedangkan apabila kepuasan mahasiswa semakin menurun maka niat *word of mouth* dari mahasiswa UNTRIM akan menurun. Hasil penelitian ini dilakukan oleh Setiawan, R Nur Budi dan Prastanto, Sony (2021).
  6. Analisis Pengaruh Kepuasan Mahasiswa dalam Memediasi Pengaruh Biaya terhadap *Word of Mouth*

Kepuasan mahasiswa berpengaruh dalam memediasi pengaruh biaya terhadap *word of mouth* belum dapat diterima. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* (o) sebesar  $-0,170$  dengan *P Values*  $0,316 \geq 0,05$  kepuasan mahasiswa (Z) dalam memediasi pengaruh biaya pendidikan (X1) terhadap *word of mouth* (Y), ini juga menegaskan bahwa biaya pendidikan di UNTRIM belum mampu membuat mahasiswa mau melakukan *word of mouth* meski sudah dimediasi dengan kepuasan mahasiswa terhadap biaya pendidikan di UNTRIM. Hasil penelitian ini dilakukan oleh Wijaya, N.S, dkk (2016).
  7. Analisis Pengaruh Kepuasan Mahasiswa dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap *Word of Mouth*

Kepuasan mahasiswa berpengaruh dalam memediasi pengaruh biaya terhadap *word of mouth* belum dapat diterima. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* (o) sebesar  $-0,170$  dengan *P Values*  $0,316 \geq 0,05$  kepuasan mahasiswa (Z) dalam memediasi pengaruh biaya pendidikan (X1) terhadap *word of mouth* (Y), ini juga menegaskan bahwa biaya pendidikan di UNTRIM belum mampu membuat mahasiswa mau melakukan *word of mouth* meski sudah dimediasi dengan kepuasan mahasiswa terhadap biaya pendidikan di UNTRIM. Hasil penelitian ini dilakukan oleh Wijaya, N.S, dkk (2016).

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian teori, hipotesis, serta hasil penelitian, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Biaya pendidikan (X1) terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth* (Y), mahasiswa UNTRIM dalam melakukan *word of mouth* ke lingkungan sekitarnya.
2. Kualitas layanan (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* (Y), mahasiswa UNTRIM dalam



- melakukan *word of mouth* ke lingkungan sekitarnya.
3. Biaya pendidikan (X1) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (Z), mahasiswa UNTRIM dalam melakukan *word of mouth* ke lingkungan sekitarnya.
  4. Kualitas layanan (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (Z), mahasiswa UNTRIM dalam melakukan *word of mouth* ke lingkungan sekitarnya.
  5. Kepuasan mahasiswa (Z) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* (Y), mahasiswa UNTRIM dalam melakukan *word of mouth* ke lingkungan sekitarnya.
  6. Kepuasan mahasiswa (Z) tidak berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh biaya pendidikan (X1) terhadap *word of mouth* (Y), mahasiswa UNTRIM dalam melakukan *word of mouth* ke lingkungan sekitarnya.
  7. Kepuasan mahasiswa (Z) tidak berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan (X2) terhadap *word of mouth* (Y), mahasiswa UNTRIM dalam melakukan *word of mouth* ke lingkungan sekitarnya.

#### PERNYATAAN PENGHARGAAN

Ucapan terima kasih penulis ucapkan pada semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada Fakultas Bisnis UNTRIM yang membantu menyelesaikan artikel ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, M. 2011. Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Mereferensikan (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Pelayanan Cuci Sepeda Motor dan Mobil Star Clean di Semarang). *Skripsi*, 1-100.
- Akbar, I. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sarana Dan Prasarana Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Industri Perhotelan Di Banda Aceh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, Volume 5, No. 1: 1-7.

- Ali, K. 2020. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, Volume 1, No. 2: 11–24.
- Alma, B. 2003, Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan. Bandung: Alfabeta
- Alma, B dan Hurriyati, R. 2008. Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima. Bandung: Alfabeta
- Anita, N., dan Rahanatha, G. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Wom Melalui Kepuasan (Pada PT Sarana Dewata Courier). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Volume 4, No. 8: 2192-2209.
- Ardani, Wayan dan Sri, Ni Wayan. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan WOM (Studi di RSUD Wangaya Denpasar). *Journal of Manajemen*, Volume 1, No. 2: 240-254.
- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam mengunkan jasahotel rizen kedaton Bogor, Volume 1, No. 2: 83–101.
- Ashraf, et al, 2016. Determinants of quality education in private universities from student perspectives A case study in Bangladesh. *Quality Assurance in Education*, Volume 24, No. 1: 123–138.
- Awe, E. Y. 2017. Kontribusi Sarana Prasarana, Pelayanan Administrasi Akademik, Dan Kinerja Dosen Dengan Kepuasan Mahasiswa Dalam Layanan Akademik (Studi Tentang Persepsi Mahasiswa Stkip Citra Bakti). *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, Volume 4, No. 1: 1–13.
- Bachtiar, D. I. 2011. Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam memilih politeknik sawunggalih aji purworejo. *Dinamika Sosial Ekonomi*, Volume 7, No. 1: 102–112.
- Blery, et al, 2009. Service Quality and Customer Retention in Mobile Telephony. *Journal of Targeting, Measurement, and Analysis for Marketing*, Volume 17, No. 1: 27-37
- Fakhrudin, et al, 2021. Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657.

- <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>
- Hartono, J. M., dan Abdillah W., 2014, Konsep Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk penelitian empiris, Edisi Pertama. Cetakan Kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Jurkowsch, S et al. 2006. "Student Satisfaction Model for Austrian Higher Education Providers Considering Aspects Of Marketing Communications". Special Edition on Consumer Satisfaction - Global Perspective. Volume 2, No. 3: 9-22
- Komariah, A dan Triatna, C. 2005. Visionary Leadership Menuju Sekolah Efektif. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kotler, P. 2018. Manajemen Pemasaran. PT Indeks.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008. Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. Marketing management. *Jakarta: Erlangga.*
- Kriswandari, S. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Jasa Pendidikan Pada Stie Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis.* Volume 2, No. 1: 1–15.
- Kurniadi, I. P.E and Karta, N.L.P.A. 2020. Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan (Ortopedi) Pt. Adiska Sarana Medika di Denpasar. *Journal Research Management (JARMA).* Volume 02, No. 23-35
- Lestari, A. 2013. Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening ( Studi Pada Pengunjung Timezone Plaza Surabaya ). Volume 11, No. 1:.
- Lupiyadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyadi, Rambat dan A. Hamdani. 2009. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- PURWATI, L. I. 2021. Pengaruh Reputasi, Biaya Pendidikan, dan lokasi terhadap Preferensi Mahasiswa Angkatan 2019. In *Angewandte Chemie International Edition*, Volume 6, No. 11: 951–952.
- Renata, M. 2014. Menggunakan Meme dalam Word of Mouth (WoM) untuk meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Studi Manajemen*, Volume 8, No. 2: 183–192. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v8i2.658>
- Saktiani, G. A. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Word of Mouth. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Volume 4, No. 2: 342–53.
- Sasongko, S. R. 2021. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Volume 3, No. 1: 104-114.
- Sayandra, et al, 2018. Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Words Of Mouth (Wom) Pascasarjana Universitas Riau Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Volume X, No. 4: 662-679.
- Shaylide, I. S. 2014. Pengaruh Mutu Layanan Akademik Dan Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Administrasi Pendidikan Upi*, Volume 21, No. 2: 1–11.
- Suharyanto. 2018. Dampak Kualitas Pelayanan dan Biaya Kuliah Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas X Bandung. *ENSAINS*, Volume 1, No. 1: 44–55.
- Sumarto, L. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Perilaku Word Of Mouth Mahasiswa Pendidikan Olah Raga Dan Kesehatan Di Universitas Tunas Pembangunan Surakarta. *Jurnal Widya Ganeswara*, Volume 24, No. 1: 1-12
- Sundawa, et al, 2022. Identifikasi Kepuasan Pengguna Bus Jakarta Airport Connexion Ditinjau Dari Segi Kualitas Pelayanan Dan Harga (Studi Kasus Di Perum Pengangkutan Penumpang Djakarta). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, Volume 12, No. 2: 163–174. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i2.910>
- Sopiatin, Popi. 2010. Manajemen Belajar Berbasis Kepuasan Siswa. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sweeney, J.C., Soutar, G.N., Mazzarol, T. 2008. Factors Influencing Word of Mouth Effectiveness: Receiver Perspectives. *European Journal of Marketing*. Volume 42, No. 3: 344-364.
- Tjiptono, Fandy, 2002. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Tjiptono, Fandy, 2005. Pemasaran Jasa, Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy, 2006. Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing.

- Nastiti, U. D. 2015. Pengaruh layanan mengajar dosen dan pemanfaatan fasilitas belajar terhadap kepuasan mahasiswa di universitas pasundan. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, Volume 22, No. 1: 1–13.
- Pramudita,dkk. 2022. Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Volume 3, No. 1: 424-436.
- Putra, R. 2021. Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, Volume 2, No. 4: 516-524.
- Mahardika, et al, 2018. Determination Loyalty Based on Service Quality, Customer Satisfaction and Trust at Pt. Bpr Bukit Tanjung Badung. *International Journal of Contemporary Research and Review*, Volume 9, No. 2: 20473–84.
- Mahardika. O. 2020. Kualitas Layanan dan Citra Lembaga terhadap Word of Mouth Mahasiswa Stahn Gde Pudja Mataram. *Jurnal Analisis Bisnis Manajemen*, Volume 3, No. 1: 46-57.
- Martin. 2014. Manajemen Pembiayaan Pendidikan: konsep dan aplikasinya. (N. Fuad, Ed.) (Pertama). Jakarta: Rajawali Pers.
- Widawati, E., & Siswohadi. 2020. Analisis Tentang Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Akademik Dan Pelayanan Administrasi. *Jurnal Mitra Manajemen*, Volume 4, No. 10: 1500–1513. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i10.478>
- Wijaya, et al, 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Akademik dan Harga (Biaya Pendidikan) Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Lpk Sekolah Perhotelan Bali) INTERVENING (STUDI PADA LPK SEKOLAH PERHOTELAN BALI). *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, Volume 6, No. 2: 101–114.
- Wika, D., & Yusnadi, E. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Word of Mouth (WOM ) Melalui Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Kota Sungai Penuh. *JAN Maha*, Volume 4, No. 1: 67–83.